Etnografia digital: o uso das TIC na pesquisa social, novos métodos de observar as tecnologias, a Internet e a pesquisa social

Digital ethnography: the use of ICT in social research, new methods of observing the technologies, the Internet and social research

Irabel Lago de Oliveira[1]

RESUMO: Este artigo tem como objetivo a reflexão e análise do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) na pesquisa social. O foco do trabalho é tentar evidenciar a utilização das tecnologias e da Internet como forma de ampliar a capacidade de análise e visão dos pesquisadores sociais, salientando a sua importância e vantagens, já que a pesquisa social sempre foi desafiadora. Observa-se que o uso dessas tecnologias se tornou condição elementar aos indivíduos inseridos na sociedade, não apenas para o acesso à informação, mas também um requisito para inserção no mercado de trabalho e, portanto, um meio de inclusão social. Dessa forma, diante do advento tecnológico e da Internet surgem novos meios de pesquisa social e novos desafios para os pesquisadores do século XXI, de modo que seu uso não deve passar despercebido nas ciências sociais, já que elas fornecem instrumentos investigativos de grande valor para a pesquisa social. Apresenta-se ainda um paralelo no uso dos Métodos de Inquirição, Métodos de Inquirição On-line, Etnografia e Etnografia Digital.

Palavras-chave: Tecnologias; Internet; Etnografia Digital; Pesquisa Social.

ABSTRACT: This article aims to reflect and analyze the use of Information and Communication Technologies (ICT) in social research. The focus of the work is to try to highlight the use of technologies and the Internet as a way to broaden the capacity of analysis and vision of social researchers, highlighting their importance and advantages, since social research has always been challenging. It is observed that the use of these technologies has become an elementary condition for individuals inserted in society, not only for access to information, but also a requirement for insertion in the labor market and thus a means of social inclusion. Thus, in the face of technological advent and the Internet, new means of social research and new challenges for researchers of the 21st century arise. Therefore, their use shouldn´t go unnoticed in the social sciences, since they provide investigative instruments of great value for social research. There´s still a parallel in the use of the Methods of Inquiry, On-line Inquiry Methods, Ethnography and Digital Ethnography.

Keywords: Technologies; Internet; Digital Ethnography; Social Research.

[1] Mestrado em Educação e Sociedade pelo Instituto Universitário de Lisboa, Portugal. Professora do Ensino Fundamental II e do Ensino Médio de escola pública estadual. E-mail: irabel.irabel@gmail.com

Diante das imensas transformações na sociedade, proporcionadas pelo avanço tecnológico e pela ciência, emergem também novas formas nas relações políticas da vida social, na economia, na cultura, nos costumes e na relação do indivíduo consigo mesmo, com o outro e com o mundo, pois as informações acontecem numa velocidade extrema e sem limite de fronteira geográfica, num completo sistema de globalização. Novas formas de trabalho, novas maneiras de viver e conviver, influenciando a economia, a política e a organização das sociedades, exigem respostas ágeis, flexíveis e mecanismos mais interativos e participativos numa sociedade em permanente transformação. Assim, dentro desse novo contexto social surge a necessidade de uso das tecnologias como condição, além do acesso à informação e ao mercado de trabalho, sobretudo como uma forma de inclusão social.

Para Castells (2002), a revolução das tecnologias da informação; a crise econômica, tanto do capitalismo quanto do estadismo e sua subsequente reestruturação; e o florescimento de movimentos sociais e culturais, como o feminismo, o ambientalismo, a defesa dos direitos humanos, das liberdades sexuais etc., paralelos e ao mesmo tempo independentes, geraram uma nova forma das relações de produção, de poder e de experiências, produzindo uma nova sociedade.

Nesse cenário, o conhecimento e o uso das tecnologias se apresentam como elementos de destaque, pois, com o uso de ferramentas inovadoras, transforma-se o modo de pensar, agir, trabalhar, estudar, ensinar, de relação social e profissional. As mudanças frente aos avanços tecnológicos apresentam enormes desafios para todos os indivíduos, pois requerem um constante aprimoramento das suas práticas pessoais e profissionais diante do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a fim de privilegiar a construção de uma cidadania consciente e que permita a formação de um ser social, cultural e intelectualmente pleno.

Conforme salienta Lévy (2010, p. 157), “pela primeira vez na história da humanidade, a maioria das competências adquiridas por uma pessoa no início de seu percurso profissional estarão obsoletas no fim de sua carreira”. O autor afirma que a aprendizagem constante, a troca de saberes e a produção de conhecimentos são características fundamentais na organização do trabalho na sociedade contemporânea. A tecnologia nos proporciona escolhas. Assim, sua principal contribuição está expressa nas possibilidades, nas oportunidades e na

diversidade de ideias. Sem ela, temos muito pouco disso.

Desde que o ser humano passou a construir objetos para enfrentar os desafios da vida, a tecnologia existe. Compreende-se, então, que a tecnologia não surge apenas na sociedade industrial ou nos novos tempos da era virtual. À medida que a tecnologia vai evoluindo, são notáveis as mudanças no comportamento das pessoas e nas suas relações sociais. A ideia que permeia o imaginário social em relação à tecnologia é que esta não se restringe a ferramentas, máquinas e equipamentos. Existem as chamadas tecnologias da inteligência, uma articulação mental em busca de novos conhecimentos, que são a linguagem oral, a escrita e a linguagem digital. A linguagem digital está articulada às TIC por meio de seus suportes tecnológicos (TV, Computador, câmaras, scanners etc.). A tecnologia de informação e comunicação não se confunde com seus suportes.

Para Kenski (2010, p. 23),

> [...] as tecnologias de informação e comunicação, caracterizadas como midiáticas, são, portanto, mais do que simples suportes. Elas interferem em nosso modo de pensar, sentir, agir, de nos relacionarmos socialmente e adquirirmos conhecimentos. Criam uma nova cultura e um novo modelo de sociedade.

Há várias interpretações da tecnologia por parte dos teóricos das ciências humanas, na tentativa de compreender, definir e produzir conhecimento sobre os destinos da sociedade com fortes bases tecnológicas. De forma geral, esses estudiosos apresentam uma mesma preocupação sobre o crescente avanço da tecnologia em variados campos de atuação: que ideias humanitárias de justiça social e igualdade estejam fundamentando o uso da tecnologia no mundo.

As TIC, inexoravelmente, influenciam a sociedade, a educação e o mercado de trabalho, construindo uma história de transformação social, política, educacional e econômica. Para Castells (1999, p. 189), “a nova economia surgiu em local específico, na década de 90, em espaço específico, nos Estados Unidos, e ao redor/proveniente de ramos específicos, em especial da tecnologia da informação e das finanças, com a biotecnologia avultando-se no horizonte”. Dessa maneira, surgem novas formas de relações sociais, políticas e econômicas e também de produção, agora globalizada, mundial, grupal, não mais individualizada, uma economia em rede, ou “sociedade em rede”. E, para esse autor, aquele que está fora da rede corre o grande risco de aniquilar-se em curto espaço de tempo.

Assim sendo, com o surgimento das TIC e da Internet, despontam os chamados espaços virtuais, conhecidos também como ciberespaço, segundo Castells (1999), trazendo novas formas de relações sociais por meio das redes sociais criadas nesse espaço cibernético. A Internet trouxe inovação e representou uma revolução no campo da investigação social, já que rompe o limite do espaço geográfico, permitindo que a investigação esteja ao alcance de todos e ao mesmo tempo envolva todos os respondentes, independentemente de onde se encontrem espacialmente. Portanto, com a constante evolução dessas ferramentas tecnológicas, surgem novos desafios para os pesquisadores do século XXI, tendo em vista que desse espaço virtual emergem novos métodos de inquirição on-line, ou seja, novas possibilidades de pesquisa na Internet. Trata-se de um fenômeno que, para Silva (2009), além da necessidade de novos objetos sociológicos que induzam à criação de novos instrumentos, leva também à atualização das competências do investigador, como se agora eles precisassem reinventar técnicas e processos.

Na verdade, a pesquisa social sempre foi permeada de enormes desafios, e a Internet pode ampliar a capacidade de visão dos pesquisadores sociais, permitindo uma maior observação das interações sociais. Segundo Halavais[2] (2013), "a Internet constitui uma representação de nossas práticas sociais e demanda novas formas de observação, que requerem que os cientistas sociais voltem a fabricar suas próprias lentes, procurando instrumentos e métodos que viabilizem novas maneiras de enxergar".

Halavais (2013) reforça que a análise de redes sociais, por exemplo, é um instrumento cada vez mais capaz de nos levar à compreensão de uma sociedade que se encontra constantemente estruturada como uma rede e que a cada espaço utiliza novas ferramentas de rede. Esse autor lembra ainda que, há muito tempo, antropólogos e sociólogos já utilizavam essas redes sociais, sem reduzir as relações sociais a causalidades simples. Portanto, é fácil perceber que atualmente o mundo e a sociedade digital são partes fundamentais para a construção do conhecimento moderno e que essa sociedade em rede induz os cientistas do século XXI a buscarem novas maneiras de analisar a sociedade. É importante salientar que, seja qual for o instrumento, saber usá-lo é fundamental, tendo a segurança de que é devido para as tarefas nas quais será aplicado, sendo possível assim o "Renascimento" na compreensão de uma sociedade (HALAVAIS, 2013, p.13).

Métodos de Inquirição e Métodos de Inquirição On-line

---

[2] Alexander Halavais é Professor Associado na Quinnipiac University e vice-presidente da Association of Internet Researchers (AoIR). Obteve seu título de Ph.D. em Comunicação na University of Washington e é Graduado em Ciência Política pela University of California at Irvin.

Os inquéritos são usados para recolher informação qualitativa ou quantitativa nos campos de marketing, sondagens políticas e pesquisa nas ciências sociais. É importante salientar que os métodos qualitativos e quantitativos se diferenciam quanto à forma e à ênfase, mas, deliberadamente, não se opõem.

As informações do método quantitativo se aproximam das pesquisas das ciências naturais e são oriundas dessa área do conhecimento que possuem raízes filosóficas pautadas no positivismo e no empirismo lógico, estando associadas, conceitualmente, ao estudo experimental, empírico e baseadas na estatística, ramo da matemática. Tal investigação possui foco na quantidade de dados e de informações. As informações quantitativas se valem de amostras grandes, aleatórias e representativas, coletando dados por meio de instrumentos, como questionários e escalas. É um método dedutivo o qual recorre aos modelos estatísticos.

As informações qualitativas que podem ser colhidas em pesquisa possuem raízes filosóficas inspiradas na fenomenologia, se baseando na qualidade, natureza ou essência do objeto a ser estudado. O trabalho de campo e a etnografia seriam os principais conceitos associados a esse modelo. A intenção da investigação que faz uso de informações qualitativas busca compreender, descrever e gerar hipóteses. Largamente utilizado nas ciências sociais, esse método de avaliação apresenta características mais flexíveis de investigação do que o método baseado na quantidade de dados. Diferentes técnicas são tomadas para coleta de dados de pesquisa qualitativa: entrevistas etnográficas, diários, fotos, vídeos, *focus groups* (grupos focais), comunidades, grupos nominais, análise de conteúdo e observação dos participantes.

Um inquérito reflete opiniões ou informação pontual, dependendo do seu objetivo, mas todos os inquéritos envolvem administração de perguntas a indivíduos. Quando as perguntas são feitas por um pesquisador, o inquérito é chamado de entrevista. Esse inquérito acontece por meio de um questionário, ou seja, um instrumento de investigação que visa recolher informações baseando-se, geralmente, na inquisição de um grupo representativo da população em estudo. Para tal, coloca-se uma série de questões que abrangem um tema de interesse para os investigadores, não havendo interação direta entre estes e os inquiridos.

Inquirição on-line é apenas um dos métodos de administração de inquérito, já que existem outros métodos, a exemplo do telefone, correio, inquérito pessoal em casa, inquérito por intercepção de passantes em um determinado local público. No inquérito on-line é possível usar a Internet ou e-mail, contudo a Internet permite o uso de formulários interativos HTML, sendo que algumas de suas maiores vantagens são: as taxas de respostas eram quase

90% antes de 2000, mas têm vindo a baixar desde então (hoje 30% a 60%); menor custo financeiro e de tempo; resultados rápidos; precisão, com a eliminação dos erros da introdução de dados; qualidade e confiabilidade, com a liberdade para responder; bom acompanhamento, com o monitoramento do desenvolvimento das respostas em razão do processamento automático dos dados; e a natureza interativa, pois as qualidades do meio permitem incluir elementos multimídia impensáveis na investigação off-line.

Murthy (2008) aponta ainda algumas vantagens do uso do questionário on-line ou entrevista por e-mail, como a facilidade de armazenamento; a recuperação de dados; a análise qualitativa; a exportação de dados para o software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), ou outro aplicativo de análise quantitativa; a facilidade para implementar respostas estruturadas, perguntas adaptativas e respostas de apontar e clicar; e a reunião de dados qualitativos únicos, visto que os respondentes geralmente contribuem com respostas diferentes e mais pessoais por meio da Internet, em comparação com as entrevistas realizadas pessoalmente e por questionários padronizados. Murthy (2008) lembra que, diante de experiências pessoais, os questionários off-line são bem mais caros e trabalhosos e que foi possível observar também que a comunicação on-line facilitou o acesso a determinados grupos de respondentes que, posteriormente, aceitaram ser entrevistados pessoalmente.

Silva (2009) chama de Comunicação Mediada por Computadores (CMC) essa realização de pesquisas qualitativas com o uso das tecnologias e cita outras vantagens como a expansão da pesquisa a populações ou comunidades dispersas geograficamente ou o contato com populações de difícil acesso, páginas na Internet e a indivíduos que professam mensagens sensíveis de caráter político. Cita ainda que a ausência física, mesmo sendo um desafio para a pesquisa, ao mesmo tempo pode fortalecer a interação com alguns indivíduos ou comunidades, ao anular o choque de algumas características como sexo, idade e etnia, sempre visíveis ao investigador, e possibilitando mais conforto ao abordar temas delicados. Por conseguinte, nos dias atuais, Silva (2009) acredita que, para a análise de um espaço ou relações sociais, a pesquisa com o uso das TIC pode ser uma necessidade e não mais uma simples oportunidade.

Portanto, crescem não apenas as discussões sobre os métodos de inquirição on-line, mas também o seu uso nas pesquisas, como os inquéritos on-line e até mesmo as particularidades de um trabalho etnográfico no ciberespaço. Fato resultante de uma cultura globalizada e mediada pelas tecnologias e Internet, já que ambas fazem parte da vida diária, tanto nas relações pessoais como profissionais do século XXI, sendo assim fundamental o

desenvolvimento de novas ferramentas para a investigação social e para a adequação de métodos para o controle de dados colhidos.

Etnografia e Etnografia digital

A etnografia é o método utilizado pela Antropologia na coleta de dados em uma determinada pesquisa, no estudo de um grupo, povo ou comunidade. Em suma, a pesquisa de base antropológica ou etnográfica baseia-se na observação e levantamento de suposições. Atualmente, os estudiosos das ciências humanas têm buscado novas definições para o termo, conforme apresentados por Ferraz et al. (2009, p. 41):

> - etnografia é a investigação detalhada de modelos de interação social (GUMPERZ, 1981);
> - etnografia é um conjunto de análises holísticas das sociedades (LUTZ,1981);
> - etnografia é um método essencialmente descritivo, uma forma do "contar histórias" (WALKER, 1981);
> - etnografia preza pelo desenvolvimento e teste de teoria (GLAZER; STRAUSS, 1967);
> - etnografia é um método de pesquisa social (HAMMESLEY; ATKINSON, 1983).

Para Hine (2000, p. 52), "o etnógrafo habita numa espécie de mundo intermediário, sendo simultaneamente um estranho e um nativo, tendo que cercar-se suficientemente tanto da cultura que estuda para entender seu funcionamento, como manter a distância necessária para dar conta de seu estudo".

O etnógrafo torna-se um produtor/criador de um relato etnográfico, inserindo assim o seu olhar em cada leitura, de modo que tudo parece passar pelo seu olhar, e para ele a multiplicidade do olhar, a subjetividade do pesquisador, o contexto e a descrição estão sempre presentes. Portanto, Watson (apud FERRAZ et al., 2009, p. 38) afirma que a influência do pesquisador na etnografia não pode ser neutralizada ou descartada: "*The more the ethnographer reports on methods, the more he or she must acknowledge that his or her own behavior and presence in the field are data*".

As características específicas da pesquisa etnográfica são:

> - o uso da observação participante, da entrevista intensiva e da análise de documentos;

> - a interação entre pesquisador e objeto pesquisado;
> - a flexibilidade para modificar os rumos da pesquisa;
> - a ênfase no processo ao invés de nos resultados finais;
> - a visão dos sujeitos pesquisados sobre suas experiências;
> - a não intervenção do pesquisador sobre o ambiente pesquisado;
> - a variação do período, que pode ser de semanas, meses e até anos;
> - a coleta dos dados descritivos, transcritos literalmente para a utilização no relatório. (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 41).

Com o advento das tecnologias digitais, surgem novos meios de pesquisa social. Contudo, as histórias não mudam, apenas a forma como são contadas se renova, ou seja, a função epistemológica da etnografia permanece. Portanto, diante de grandes evoluções, descobertas e mudanças da ciência e na sociedade, a etnografia digital surge como mais um método de pesquisa em ambiente virtual. Essa nova metodologia de pesquisa propõe investigar e analisar comunidades, costumes, práticas e culturas no ciberespaço. Em relação ao ciberespaço, a etnografia virtual responde a algumas questões, a saber:

> - como os usuários da Internet "enxergam" suas capacidades comunicativas e interativas;
> - como a Internet afeta as organizações e relações sociais com o espaço e com o tempo;
> - quais são as implicações para a autenticidade e segurança e se a experiência do virtual é radicalmente diferente da experiência do real físico. (HINE, 2000, p. 8).

Hine (2000) define ainda a Etnografia Virtual como uma metodologia para estudos na Internet, considerando um método interpretativo e investigativo que explora o comportamento cultural das/nas comunidades on-line.

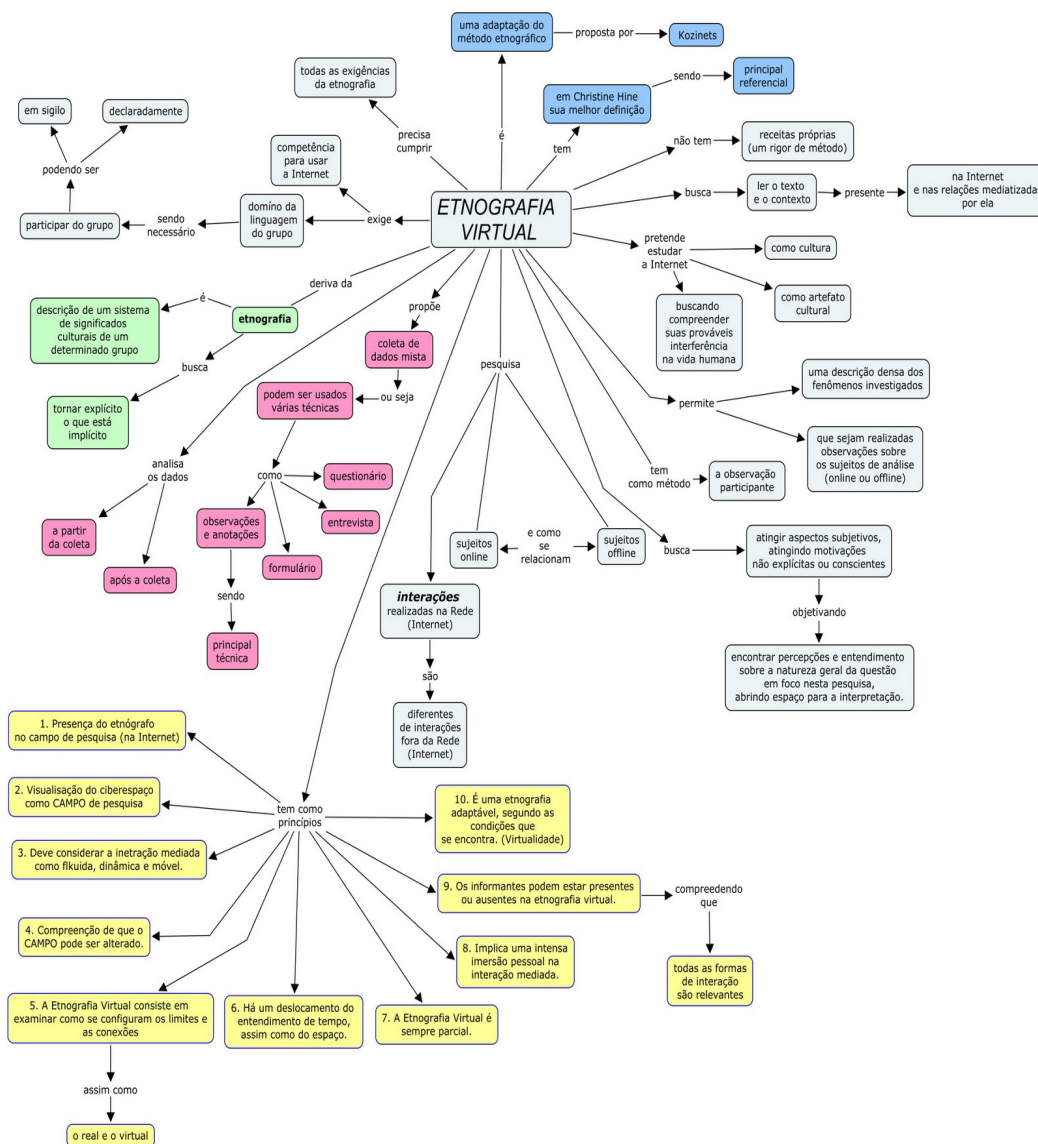
É possível encontrar variados termos para a etnografia digital: etnografia por meio da Internet, etnografia conectiva, etnografia de rede, ciberetnografia, etnografia virtual, netnografia, webnografia, etnografia on-line ou cyber-etnografia. Segundo Domínguez e colaboradores (2007), parece haver uma distinção entre os entendimentos sobre a etnografia virtual. Alguns autores acreditam que seja uma metodologia específica em "ambiente" e com "objeto" diferenciado que utiliza a etnografia, enquanto outros compreendem que não há diferencial entre investigar em ambientes reais ou no ciberespaço. Sobre essa conceituação, veja o que afirmam os autores:

> *Las diversas formas de conceptualizar la etnografía virtual están asociadas con una reflexión sobre el trasfondo cultural de Internet y sobre el diálogo de las experiencias y las interacciones sociales con esse trasfondo cultural. Internet es un lugar rico en interacciones sociales donde la práctica, los significados y las identidades culturales se entremezclan a través de diversas vías. Las formas de relación social em el escenario virtual suponen un reto para los investigadores sociales y abren nuevos campos para el análisis en el terreno de la metodologia cualitativa.*
>
> *Si bien los problemas etnográficos de la representación, de La perspectiva y de la participación no son nuevos en la etnografía, hacer de Internet el objeto estudio lleva a que se replanteen nuevamente y que se reformulen, junto con otros elementos fundamentales como el de comunidad, el valor de la experiencia del investigador en el campo o las ideas de acceso y abandono del mismo. De modo que el tratamiento de Internet interpela a una reflexión amplia sobre los aspectos centrales de la etnografía.* (DOMÍNGUEZ et al., 2007, p. 44).

Esses autores afirmam ainda que Sociologia, Educação, Filosofia, Psicologia, Economia e Arte também estudam fenômenos culturais relevantes para essas áreas de interesse, mostrando que a etnografia virtual não é um método exclusivo de Antropologia. Esse uso multidisciplinar só enriquece a etnografia. Segundo Domínguez e colaboradores (2007, p. 29), “a Internet é um espaço interativo que acolhe as formas de prática social que pode levar a vários usos e com efeitos igualmente variadas”.

A etnografia digital transpõe uma metodologia do espaço físico para o espaço on-line, com características e procedimentos específicos, quais sejam: critérios de confiabilidade, frente à filtragem dos informantes dentro das comunidades virtuais; indivíduos familiarizados entre eles; grupos com linguagens, símbolos, e normas específicas e comportamentos de manutenção do enquadramento dentro das fronteiras de dentro e fora do grupo; preparação para trabalho de campo; coleta e análise dos dados, a exemplo de dados diretos, dados oriundos da observação e/ou participação dos processos comunicacionais e dados levantados em entrevistas com os indivíduos; ética de pesquisa, como ideia de público e privado no ciberespaço, clareza do pesquisador, confidencialidade e feedback; e checagem das informações com os membros do grupo. O Mapa Conceitual sobre Etnografia Digital (Figura 1) apresenta minuciosamente suas maiores características referentes ao pesquisador, possibilidades, análise de dados, métodos etc. A etnografia digital requer também enfrentar desafios, como limitações no uso de competências sociais, gestão da identidade e da apresentação do “Eu” nos *media* textuais e visuais, fronteiras difusas entre os domínios privado e público, de forma que o meio modifica a maneira das interações on-line; em muitos

espaços virtuais o anonimato não é apreciado, construção de uma identidade on-line por parte do investigador que conduzirá a uma melhor imersão no terreno virtual e como cativar a confiança de informantes privilegiados.

Figura 1 - O Mapa Conceitual sobre Etnografia Digital

Fonte: Educação Web (2009).

Algumas das vantagens da etnografia digital são: menor consumo de tempo; exige o conhecimento técnico; permite respostas mais honestas dos sujeitos em estudo; menor consumo de recursos; exige o domínio dos artefatos culturais e suas apropriações; menos invasiva; menos subjetiva, melhor visualizar relações sociais através das redes sociais; facilita

o acesso aos dados; menor intrusão e menor probabilidade de influenciar os indivíduos em estudo (invisibilidade física); e o período de observação oculta pode ser fundamental para o recolhimento de informação útil, tendo em vista a construção de guiões de entrevistas. No Quadro 1, a seguir, observam-se algumas peculiaridades entre a etnografia e a etnografia digital.

Quadro 1 – Etnografia x Etnografia Digital

	Etnografia	**Etnografia Digital**
Limite Espacial	Concreto	Virtual/imaterial
Comunicação	Não mediada, direta	Mediada pela Internet
Identificação	Identidade física	Avatar/perfil/*nick*
Ritmo Entrevista	Elevado	Não muito elevado
Atenção	Maior	Compartilhada
Controle Entrevista	Maior	Menor (cortes, *lags* etc.)
Conforto/Liberdade	Menor	Maior
Tempo Respostas	Menor tempo para formular	Maior tempo para formular
Desenvolvimento Resposta	Maior/oralidade	Menor/escrita
Identidade Pesquisador	Construída	Construída em *nicks*/*avatares*
Introdução no Espaço	Percebida	Nem sempre é percebida
Ética Entrevista	Seguida	Ética do *avatar*? Nick?
Compreensão Cultura	Necessária	Necessária
Estudo	Práticas sociais	Hibridização tecnossocial

Fonte: Elaborado pela autora deste artigo.

Urge ressignificar conceitos como espacialidade, temporalidade, físico, dialógico real paralelo ao presencial. O próprio espaço virtual, chamado por vários autores de cibercultura, caracteriza a Internet como uma cultura. Então Hine (2000, p. 10) apresenta as diferenças entre as abordagens tradicional e virtual da etnografia, explanando como ambas se completam, em vez de uma anular a outra:

> *Face-to-face interaction and the rhetoric of having traveled to a remote field site, have played a major part in the presentation of ethnographic descriptions as authentic. A limited medium like CMC seems to pose problems for ethnography's claims to test knowledge through experience and interaction. The position changes somewhat if we recognize the ethnographer could instead be construed as needing to have similar experiences to those of informants, however those experiences are mediated. Conducting an ethnographic enquiry through the use of CMC opens up the possibility of gaining a reflexive understanding of what it is to be a part of the Internet.*

Murthy (2008) defende que os investigadores sociais precisam levar em consideração os métodos digitais de pesquisa. É preciso usar as tecnologias em qualquer área da ciência, da

educação ou da pesquisa, como forte agente transformador, contribuindo nas construções de conhecimento e não apenas como um mero aparato tecnológico, pois é o resultado adequado do seu uso que proporciona mudanças e inovações. Para Hine (2000, p. 23), "as tecnologias ampliam a questão da multiplexidade metodológica por transpor a discussão da evolução tecnológica em si para as questões de sociabilidade e apropriação". Logo, as tecnologias não podem passar despercebidas nas ciências sociais, é preciso levar em consideração mais esse instrumento para uma pesquisa social. Murthy (2008), pioneiro e grande estudioso em trabalhos na área da etnografia digital, em seu texto *Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research* apresenta uma análise crítica das possibilidades e problemas de quatro tecnologias: questionário on-line, vídeo digital, site de redes sociais e blogs, com os seus prováveis impactos nas relações de pesquisa.

Segundo esse autor, é possível explorar o vídeo digital utilizando o vídeo autobiográfico, o vídeo *vox populli* e a webcam. A representação é fundamental para uma boa pesquisa na etnografia, e dessa forma a opção de vídeos autorrepresentativos apresentam e representam muito do sujeito pesquisado. As redes sociais são um grande potencial de pesquisa para os etnógrafos, já que nas redes sociais é possível encontrar variados grupos ou comunidades, há um vasto estoque de material multimídia e os etnógrafos podem observar invisíveis interações sociais entre os membros das páginas e ainda criarem páginas objetivando gerenciar uma pesquisa on-line ou até mesmo para divulgar informações úteis ao público. E, por fim, os *blogs* permitem um envolvimento maior do sujeito da pesquisa por meio de crítica e consultas, uma troca dialógica na qual exige mais compromisso dos pesquisadores diante do tema pesquisado.

Considerações Finais

É inquestionável a importância do conhecimento e do desenvolvimento das competências numa sociedade globalizada e tecnológica. Nos tempos atuais torna-se quase impossível algumas profissões funcionarem com eficácia sem o uso do computador e de outras tecnologias. As TIC parecem ser a ligação global, ou seja, a base da globalização, "os mundos" transformando-se em um único mundo completamente interligado. Logo, conclui-se que a pesquisa social utilizando as tecnologias e a Internet é bastante promissora, fato que deve levar os etnógrafos a analisarem e potencializarem o seu uso ao invés de, simplesmente,

abandonarem novos caminhos de trabalho, pois o maior desafio é exatamente a adaptação ao novo método de pesquisa diante de um mundo globalizado e tecnológico.

Levando-se em consideração esses aspectos, a etnografia digital como uma nova metodologia de pesquisa, nascida das ciências tradicionais, ainda deve ser muito pesquisada, bem como as suas lacunas e formas de uso analisadas, por ser um método que gera vários desafios aos pesquisadores sociais. Não se deve esquecer, por exemplo, que nem todos, tanto respondentes quanto pesquisadores, estão verdadeiramente capacitados para o uso das TIC e a Internet, considerando-se que o acesso a essas tecnologias permanece estratificado por classe, raça e gênero de ambos. Contudo, tendo em vista os aspectos apresentados, é importante salientar que combinando a etnografia física e a etnografia digital é possível uma maior variedade de métodos para os etnógrafos e respondentes, sendo promissor enfrentar todo e qualquer desafio emergente do novo.

Referências

CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação:* economia, sociedade e cultura. Lisboa: FCG, 2002.
______. *A Sociedade em Rede*. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

Centro de Distribuição Logísticos. *Pesquisa Qualitativa e Quantitativa*. 2016. Disponível em: <http://cdlogistico.blogspot.com.br/2013/04/pesquisa-qualitativa-e-quantitativa.html>. Acesso em: 25 mar. 2014.

DOMÍNGUEZ, Daniel. Et al. *Etnografía Virtual. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research,* v. 8, n. 3, p. 10-29, 2007. Disponível em: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19>. Acesso em: 11 fev. 2014.

Educação web. *Levantamento sobre Digital Ethnography*. 2009. Disponível em: <http://w2e2009.pbworks.com/w/page/4273231/Levantamento%20sobre%20Digital%20Ethnography>. Acesso em: 30 mar. 2014.

FERRAZ, Daniel. et al. *Etnografia Virtual:* uma tendência para pesquisa em ambientes virtuais de aprendizagem e de prática. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009.

GERHARDT, Tatiana Angel. SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). *Métodos de Pesquisa.* Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

HALAVAIS, Alexander. Prefácio. In: FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana (Org.). *Métodos de Pesquisa para Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

HINE, C. *Virtual Ethnography*. London: Sage, 2000. Disponível em: <http://www.cirst.uqam.ca/pcst3/PDF/Communications/HINE.PDF>. Acesso em: 15 jan. 2013.

KENSKI, Vani Moreira. *Tecnologias e Ensino Presencial e a Distância*. 8. ed. Campinas, SP: Papirus, 2010.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Editora 34, 2010.

MURTHY, Dhiraj. Digital Ethnography: an examination of the use of new technologies for social research. *Sociology,* v. 42, n. 5, p. 837-855, 2008. Disponível em: <http://www.academia.edu/971211/Digital_Ethnography_An_Examination_of_the_Use_of_New_Technologies_for_Social_Research>. Acesso em: 14 out. 2013.

______. Ethnographic research 2.0: the potentialities of emergent digital technologies for qualitative organizational research. *Journal of Organizational Ethnography*, v. 2. n. 1, p. 23-36, 2013. Disponível em: <http://www.academia.edu/4273174/Ethnographic_Research_2.0_The_Potentialities_of_Emergent_Digital_Technologies_to_Qualitative_Organizational_Research>. Acesso em: 30 maio 2014.

______. Emergent digital ethnographic methods for social research. In: HESSE-BIBER, Sharlene (Org.). *Handbook of Emergent Technologies in Social Research.* New York: Oxford University Press, 2011. p. 158-179. Disponível em: <http://www.academia.edu/971210/Emergent_Digital_Ethnographic_Methods_for_Social_Research>. Acesso em: 17 dez. 2013.

SILVA, Tiago Lapa da. *A Pesquisa Qualitativa no Espaço dos Fluxos:* reflexões metodológicas. Lisboa: ISTCE, 2009. Disponível em: <http://www.academia.edu/798509/A_pesquisa_qualitativa_no_espa%C3%A7o_dos_fluxos_reflex%C3%B5es_metodol%C3%B3gicas>. Acesso em: 11 nov. 2013.

Recebido em: 06 de abril de 2018.
Aceito em: 15 de junho de 2018.